

**УДК 008****Гастрономическая глобализация и деглобализация: поиск новой идентичности****Марушкина Надежда Сергеевна**

Кандидат культурологии, доцент,  
Арзамасский филиал,  
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского,  
607220, Российская Федерация, Арзамас, ул. Карла Маркса, 36;  
e-mail: nmarushkina@bk.ru

**Лоханов Всеволод Сергеевич**

Старший преподаватель,  
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского,  
603000, Российская Федерация, Нижний Новгород, ул. Б. Покровская, д. 37  
e-mail: styx123@mail.ru

**Аннотация**

Статья анализирует воздействие процессов глобализации на кулинарную сферу и, с другой стороны, стремление к сохранению уникальности кулинарной идентичности в условиях унификации кулинарных традиций. Авторы выделяют тенденции гомогенизации мировой кухни, а также обсуждают движение к деглобализации, подчеркивая значение сохранения и продвижения национальных кулинарных наследий в глобальном контексте. Национальная кухня рассматривается с одной стороны, как экономический товар, с другой стороны, как часть национального наследия, подлежащего сохранению. Авторы рассматривают также кулинарную экспансию как часть глобализации, анализируют ее причины и возможные последствия. Исследование направлено на понимание влияния глобализации на кулинарную культуру и поиска баланса между сохранением национальных традиций и открытостью к новым кулинарным веяниям в мировом масштабе.

**Для цитирования в научных исследованиях**

Марушкина Н.С., Лоханов В.С. Гастрономическая глобализация и деглобализация: поиск новой идентичности // Культура и цивилизация. 2024. Том 14. № 6А. С. 91-96.

**Ключевые слова**

Глобализация, деглобализация, кулинарная экспансия, национальная кухня.

## Введение

Гастрономическая глобализация и деглобализация - два противоположных, но взаимосвязанных процесса, которые влияют на кулинарную сферу современного мира. Глобализация позволяет людям из разных стран и культур обмениваться кулинарными традициями, открывать новые вкусы и экспериментировать с продуктами и рецептами. Этот процесс способствует слиянию различных культур и созданию новых, уникальных блюд, которые становятся популярными по всему миру.

Однако гастрономическая глобализация также имеет свои негативные стороны. Она может привести к потере уникальных кулинарных традиций и идентичности народов, к массовому производству и потреблению однотипных блюд, лишенных аутентичности. В поиске новой идентичности начинаются процессы деглобализации - возвращения к традиционным продуктам, методам приготовления и обычаям. Этот процесс подразумевает более глубокое понимание традиций и ценностей своей культуры, поиск уникальности и оригинальности в кулинарии.

Согласно определению М.В. Загидуллиной, «глобализация в самом общем смысле представляет собой всеобщую гомогенизацию культурных практик человечества» [Загидуллина, 2011, с. 392]. И.В. Сохань в исследовании, посвященном процессам глобализации русской кулинарной традиции, полагает, что перспективной в будущем может стать «регистрация глобализационных процессов, стирающих этнические границы кухонь и порождающих некий унифицированный гастрономический проект» [Сохань, 2014, с. 18]. С точки зрения культурологии, в данном контексте также можно говорить о процессе аккультурации. Так, Л.А. Андреева справедливо полагает, что «в процессе межкультурного взаимодействия обнаруживается и ярко проявляется самобытность участников такого процесса: человек, с одной стороны, стремится сохранить свою культурную идентичность, с другой - заимствует продукты новой культуры, достигая при этом большей или меньшей степени совместимости с чужой средой. В этом проявляется сущность аккультурации как двустороннего процесса» [Андреева, Филимонова, Хопияйнен, Молданова, 2018, 35]. Здесь отчетливо видна взаимосвязь процессов глобализации и деглобализации. Открытым, однако, остается вопрос о «новой идентичности». Мы полагаем, что справедливо говорить именно о «новой идентичности», поскольку, по нашему мнению, глобализационные процессы в кулинарии на данный момент являются необратимыми, так как практически все национальные кухни обогатились (или наоборот?) рецептами кухонь всего мира.

Исходя из наших наблюдений, мы считаем, что в современной мировой ситуации процессы деглобализации значительно сильнее. Деглобализация наблюдается не только в кулинарии и кулинарной традиции. В настоящее время развиваются и имеют поддержку проекты по сохранению малых языков, культурных общностей, на разных уровнях промотируются различные национальные культуры. Все это в целом, по нашему мнению, свидетельствует о смене культурной парадигмы и возврате к национальному и уникальному.

## Кулинарная экспансия

В настоящее время на мировой арене мы наблюдаем все признаки кулинарной экспансии. Кулинарная экспансия - это процесс распространения кулинарных традиций и влияния кулинарных культур на другие страны и общества. Она может происходить как в рамках

глобализации, так и независимо от неё, и имеет свои особенности и последствия.

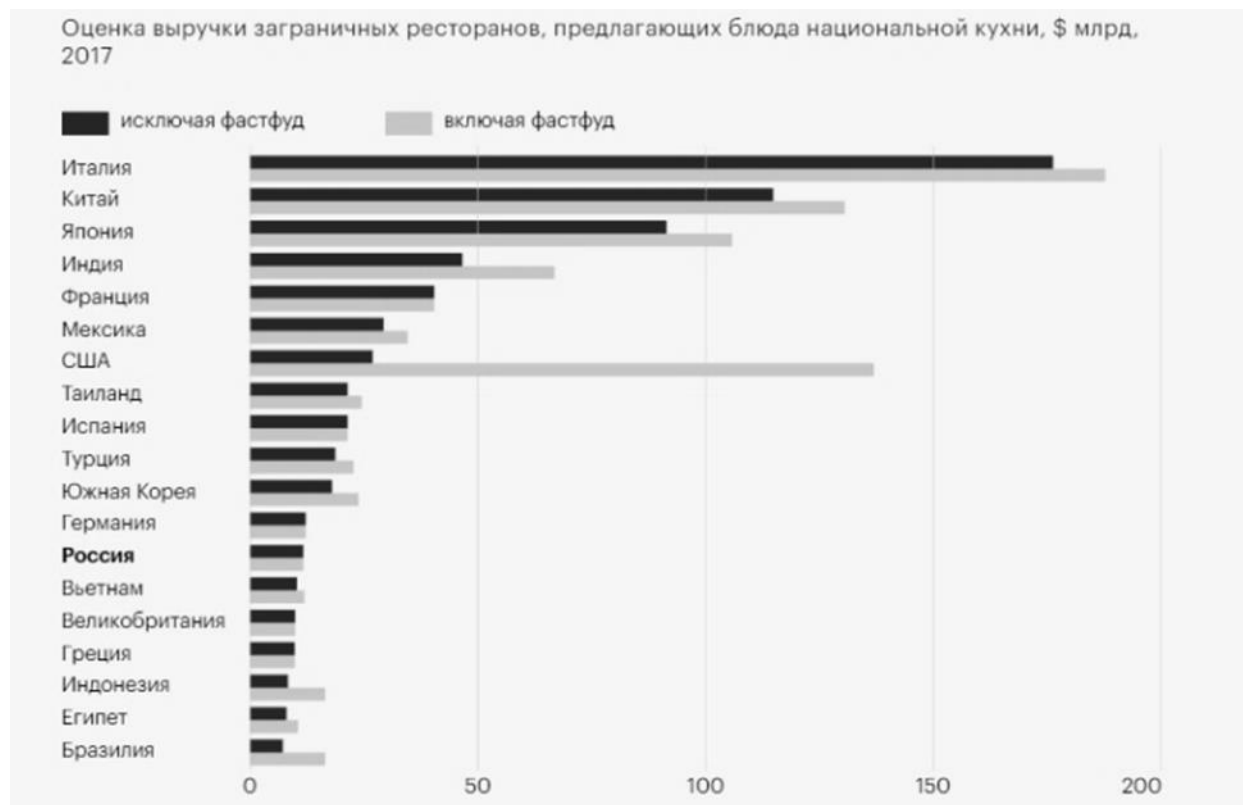
Одним из аспектов кулинарной экспансии является проникновение традиционных блюд и продуктов из одной страны или региона в другие части мира. Этот процесс может быть связан с миграцией народов, туризмом или расширением продовольственной индустрии. Например, суши, паста или тако стали популярными блюдами во многих странах, выходя за пределы своих родных культур. По данным издания Эконс, лидерами экспансии являются Италия и страны Азии, у США – гигантский «дефицит кулинарного баланса» [Грозовский, Анисимова, www].

Кулинарная экспансия, несомненно, является элементом кулинарной дипломатии, поэтому «многие страны, не рассчитывая на прямые экспортные доходы от кулинарной экспансии, промоутируют распространение национальной кухни за границей (Франция, США, Корея, Таиланд и др.)» Особенно успешной в этом плане оказалась Тайская кухня. Таиландское министерство торговли оказывает поддержку заграничным ресторанам, специализирующимся на тайской кухне, путем проведения рекламных кампаний, отправки опытных шеф-поваров для проведения мастер-классов, установления партнерств с тайскими поставщиками, разработки бизнес-моделей для тайских ресторанов и создания общественных чатов для обмена опытом между их владельцами.

Одновременно происходит и обратная ситуация. Так, например, Франция активно защищает себя от кулинарной экспансии на государственном уровне, а именно в государственных школах вводится программа, которая имеет своей целью знакомить школьников с французской кухней и занимается ее продвижением на всех уровнях в целях сохранения национальной идентичности. Здесь логично обратить внимание на тот факт, что национальная кухня официально признается частью культуры и берется под охрану государства. Помимо французской кухни, охраняемыми кулинарными традициями мира организацией ЮНЕСКО признаны японская кухня «васёку» и мексиканская кухня. ЮНЕСКО отметило японскую традиционную кухню «как кулинарный феномен с богатой историей. Причиной внесения в почетный список стало уважение к природе, присущее японскому народу, а также древние традиции, передающиеся от поколения к поколению» [Изотова, 2017, 444].

Ученым, который в недавнее время занялся исследованиями национальной кухни с экономической точки зрения, является Д. Вальдфогель. Одна из его таблиц предлагает анализ популярности различных национальных кухонь за рубежом (см. Рис.1). Согласно данным исследователя, «кулинария нескольких стран поразительно популярна за их пределами – особенно итальянская, китайская, японская, индийская, французская и мексиканская. Во многом это результат и олицетворение глобализации. Множество людей узнали чужестранные блюда и полюбили их» [Waldfoegel, www].

Интерес представляют и международные сравнения в кулинарии. Согласно данным Вальдфогеля, китайская кухня добилась успеха в Индии (с представлением на уровне 23,5%) и Корее (14,9%), в то время как индийская и корейская кухни не так популярны в Китае (соответственно 1,7% и 2%). Итальянская кухня наиболее популярна в других странах, таких как Бразилия, Германия, США, Аргентина, Россия и Испания (ее доля составляет 22,7%, 16,4%, 15,5%, 14,1%, 13,5% и 12,3% соответственно). В Корее предпочитают китайские и японские блюда из глобальной кулинарии, а в Греции востребованы итальянская и французская кухни [Waldfoegel, www].



**Рисунок 1 - Объем выручки иностранных ресторанов национальной кухни (по странам мира)**

Несмотря на то, что Вальдфогель исследовал национальную кухню как экономический продукт, в его исследовании также прослеживается мысль о том, что национальная кухня все-таки является и объектом культурного наследия, и частью национальной культуры. Она может быть использована на мировом рынке в том числе и качестве «национального товара» с сохранением своих уникальных свойств. Следует, однако, отметить, что Вальдфогель, как видно из таблицы, выделяет фастфуд в отдельную категорию. Авторы данной статьи не рассматривают фастфуд как часть национальной кухни и полагают что данное явление вообще следует выделять в отдельный культурологический концепт и исследовать его независимо.

### Заключение

Подводя итог, можно говорить о том, что в настоящее время на мировой гастрономической арене наблюдаются два диаметрально противоположных, но взаимопроникающих процесса – глобализация и деглобализация. Национальные кухни за последнее время испытали на себе сильное влияние глобализации. Это естественный процесс, связанный не только с экономикой, но и с повышением доступности глобального туризма. С другой стороны, мы понимаем, что идут и обратные процессы – мы опять стремимся к уникальности и отходим от унификации. Поддерживая опасения ученых по поводу перспектив распространения глобализационных процессов на национальную кухню, мы полагаем, что важно найти баланс между мировыми трендами и сохранением собственной идентичности, чтобы каждая культура могла сохранить свою уникальность и разнообразие как в кулинарии, так и в культуре в целом.

---

## Библиография

1. Андреева Л.А., Филимонова Н.В., Хопияйнен О.А., Молданова Т.А Аккультурация в сфере национальной кухни // Историческая и социально-образовательная мысль. 2018. Т. 10. № 5-2. С. 35-42.
2. Грозовский Б., Анисимова А. Гастрономическая глобализация <https://econs.online/articles/coffee-break/gastronomicheskaya-globalizatsiya/>
3. Елагина А.С., Костюченко Л.В. Культурологические особенности нанесения отличительных знаков кошерных продуктов (эхшеров) // Культура и цивилизация. 2017. Том 7. № 1В. С. 633-641.
4. Загидуллина М.В. Пищевой код как смысловой центр национальной культуры и проблема глобализации // Коды повседневности в славянской культуре: еда и одежда / отв. ред. Н.В. Злыднева. СПб.: Алейтейа, 2011. С. 392–403.
5. Изотова Н.Н. Эволюция японской гастрономической культуры // Культура и цивилизация. 2017. Том 7. № 3А. С. 443-452.
6. Сохань И.В., Нужа И.В. «Глобализация» российской гастрономической культуры сквозь призму языка // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2014. № 4 (16). С. 18-27.
7. Kocevski J., Risteski M. Defining cuisine and types of cuisine //Horizons International Scientific Journal Series A Social Sciences and Humanities. – 2020. – Т. 26. – С. 291-302.
8. Martín E. Nation building and social change in the United Arab Emirates through the invention of Emirati cuisine //The Sociological Review. – 2021. – Т. 69. – №. 3. – С. 538-559.
9. Vuković A. J., Terzić A. Gastronomy and regional identity: Balkan versus national cuisine //Gastronomy for tourism development. – Emerald Publishing Limited, 2020. – С. 1-25.
10. Waldfogel Joel Dining out as a cultural trade. Working Paper 26020 <http://www.nber.org/papers/w26020>

## Gastronomic globalization and deglobalization: the search of new identity

**Nadezhda S. Marushkina**

PhD in Culture Studies, Associate Professor,  
Arzamas Branch of Nizhny Novgorod State University,  
607220, 36, Karla Marksa str., Arzamas, Russian Federation;  
e-mail: nmarushkina@bk.ru

**Vsevolod S. Lokhanov**

Senior tutor,  
Nizhny Novgorod State University  
603000, 37, B. Pokrovskaya ul, Nizhny Novgorod, Russian Federation;  
e-mail: styx123@mail.ru

### Abstract

The article analyzes the impact of globalization processes on the culinary sphere and, on the other hand, the desire to preserve the uniqueness of culinary identity in the context of the unification of culinary traditions. The authors highlight trends of the homogenization of world cuisine, and also discuss the movement towards deglobalization, emphasizing the importance of preserving and promoting national culinary heritage in a global context. The national cuisine is considered, on the one hand, as an economic unit, on the other hand, as part of the national heritage to be preserved. The authors also consider culinary expansion as part of globalization, analyze its causes and possible consequences. The study is aimed at understanding the impact of globalization on culinary culture and finding a balance between preserving national traditions and openness to new culinary trends on a global scale.

**For citation**

Marushkina N.S., Lokhanov V.S. (2024) Gastronomicheskaya globalizatsiya i deglobalizatsiya: poisk novoi identichnosti [Gastronomic globalization and deglobalization: the search of new identity]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 14 (6A), pp. 91-96.

**Keywords**

Globalization, globalization, culinary expansion, national cuisine.

**References**

1. Andreeva L.A., Filimonova N.V., Hopiyainen O.A., Moldanova T.A. Acculturation in the field of national cuisine // Historical and socio-educational thought. 2018. Vol. 10. No. 5-2. pp. 35-42.
2. Elagina A.S., Kostyuchenko L.V. Culturological features of the application of distinctive signs of kosher products (ehshers) // Culture and civilization. 2017. Volume 7. No. 1B. pp. 633-641.
3. Grozovsky B., Anisimova A. Astronomical popularization <https://econs.online/articles/coffee-break/gastronomicheskaya-globalizatsiya/>
4. Izotova N.N. Evolution of Japanese gastronomic culture // Culture and civilization. 2017. Volume 7. No. 3A. pp. 443-452.
5. Kochevsky J., Risteski M. Definition of cuisine and its types //Horizons International Scientific Journal, series "Social and Humanitarian Sciences". - 2020. – vol. 26. – pp. 291-302.
6. Martin E. National construction and social changes in the United Arab Emirates due to the invention of the Emirati cuisine // Sociological Review. – 2021. – vol. 69. – No. 3. – pp. 538-559.
7. Sohan I.V., Nuzha I.V. "Globalization" of Russian gastronomic culture through the prism of language // Bulletin of Tomsk State University. Cultural studies and art history. 2014. No. 4 (16). pp. 18-27.
8. Vukovich A. Ya., Terzich A. Gastronomy and regional identity: Balkan cuisine versus national cuisine //Gastronomy for the development of tourism. – Emerald Publishing Limited, 2020. – pp. 1-25.
9. Waldfogel Joel The restaurant business as a cultural tradition. Working paper 26020 <http://www.nber.org/papers/w26020>
10. Zagidullina M.V. The food code as a semantic center of national culture and the problem of globalization // Codes of everyday life in Slavic culture: food and clothing / ed. by N.V. Zlydneva. St. Petersburg: Aleiteya, 2011. pp. 392-403.